

PWC

1st Public White Cube

<http://www.publicwhitecube.com>

ein Ausstellungsprojekt
von Blank & Jeron und Gerrit Gohlke

Was ist der 1st Public White Cube (PWC)?

Der PWC ist die praktische Umsetzung einer einfachen Idee. Am Ende einer Epoche, in der die bestimmende Macht über die Erscheinungsform der Kunst von den Künstlern auf die Kuratoren übergegangen ist, wird die Kunst dem Endverbraucher ausgeliefert. In der Ära des E-Commerce und des Direktvertriebs wird die Kunst der arrangierenden Hand des Museumsmanagers oder des allgegenwärtigen Ausstellungsmachers entzogen. Der PWC ist der direkte Weg zum Publikum, unverschleiert und umweglos. Künstler und Publikum wissen, woran sie sind. Während überall Interaktivität gepredigt wird, die Benutzermenüs wirkliche Entscheidungen aber verhindern, macht der PWC ernst mit der Autorität des zahlenden Kunden. Heute bestimmen die Besucherstatistiken und das Corporate Design der Museen und Ausstellungshallen das Aussehen der Kunst. Das ist das Erbe der 90er Jahre. Am Beginn des neuen Jahrtausends präsentiert der PWC sich als Vereinfachungsvorschlag:

Wer zahlt, bestimmt. Der Konsument hat die Macht.

Was soll geschehen?

Ein Kunstraum wird als Experimentallabor benutzt. Während das Wort "Labor" im Kunstbetrieb aber normalerweise das eigenbrötlerische Schalten und Walten eines sich selbst überlassenen Künstlers ankündigen soll, werden im PWC Kunstwerke dem Außeneinfluß ausgesetzt, fast ohne Beschränkung, ohne Netz und doppelten Boden.

Wie soll es geschehen ?

Der Künstler bietet eine Idee. Der PWC bietet dem Publikum das Recht auf Veränderung dieser Idee. Auf der elektronischen Auktionsplattform ebay.de wird dieses Recht meistbietend ver-

steigert. Das Publikum macht sich die Idee passend. Und wer am meisten zahlt, wird zum Herrn über die Idee. Anders als bei Onlinegeboten von Sotheby's oder Christie's gibt keine fertigen Artefakte, die in Katalogen zu suchen sind, sondern das Kunstveränderungsrecht.

Welchen Sinn hat dieses Konzept?

Der PWC verleugnet nicht seine Nähe zu Ironie und Parodie. Er macht Spaß. Er ist ein Experiment, auf das die angefragten Künstler mit ironischem Amüsement reagieren. Er ist aber dennoch mehr als seine beiläufigen komischen Bezugspunkte, und er wird vollkommen ernst gehandhabt. Während viele der interessanteren Kunstkonzepte der 90er Jahre vom Konflikt des Künstlers mit dem Kunstbetrieb handelten oder die Macht seiner Macher gegen die Ansprüche der Künstler ausspielten, wagt der PWC das Experiment mit den Rahmenbedingungen. Er macht die Rahmenbedingungen der Kunstaussstellung zum Thema der Kunst. Er macht den Konkurrenzkampf zwischen dem Künstler und seinen Auftrittsbedingungen zum Gegenstand der Kunst. Der Künstler tritt in den Ring. Und er kämpft mit den Ansprüchen des Publikums gegen ihn. Shareholder Value? Ökonomische Effizienz? Der PWC trifft ins Zentrum der Ökonomiedebatten, aber er leistet etwas ganz anderes, das wichtiger ist:

Er zeigt den Künstler im Fight mit dem Betrachter. Damit wird ein höflich verschwiegenes Thema zum Gegenstand einer Kunstaussstellung. Die Zuspitzung einer Idee wird zugleich zum formalen Reiz. Vor allem aber wird gezeigt, dass Interaktion weit mehr ist, als es die klassische Medienkunst glauben macht.

Der 1st Public White Cube (PWC) war ein erfolgreiches Experiments, das vom Herbst 2001 bis zum Frühjahr 2002 in einem Ausstellungsraum im Berliner Galerviertel stattgefunden hat. Während dieses Experiments wurden drei Ausstellungen der Künstler Adib Fricke, Peter Friedl und Torsten Hattenkerl präsentiert und dem Publikum zur Manipulation angeboten. (siehe unten, Dokumentation der Veränderungen im PWC)

Das Portal

Im Zentrum des Projekts steht ein Internetportal, das nicht nur die Exponate erläutert und die Biographien der Künstler vorstellt, sondern auch in unterhaltsamer Weise über die Veränderungen der Ausstellungen unterrichtet. Publicwhitecube.com wird zu einer virtuellen Community und die Ausstellung zu einem künstlerischen Fortsetzungsroman, an dem das Publikum vermittelt durch Nachrichtenseiten, Newsletter und Bildergalerien – wie das Berliner Projekt bewies - stark Anteil nimmt. Das Portal dient gleichzeitig als Zugang zu den Auktionen, für die das Online-Auktionshaus Ebay genutzt wird. So wird das Projekt über den Kreis der Galeriebesucher hinaus für ein geografisch unbegrenztes Publikum geöffnet. Dabei treten lokale und globale Nutzer in direkte Konkurrenz um die Gestaltung der Ausstellung.

Öffentlichkeit und Online-Community

1st Public White Cube wird so zu einem Feld der Auseinandersetzung zwischen unbegrenzter virtueller Community und der persönlichen Verantwortung des Bieters für ein reales und auratisches Kunstwerk. Destruktive Vorstellungen und das Bedürfnis nach der sinnvollsten und anerkennungswürdigsten Nutzung der „Investition“ treten in Widerstreit. Sich gegen das Kunstwerk zu wenden oder selbst Mitautor zu werden, sind die Optionen, aus denen jedoch immer ein sichtbarer ästhetischer

Raum hervorgeht, ganz gleich, ob die Bieter parodistisch oder ernst, zurückhalten oder spektakulär vorgehen. Es ist die Ausstellung selbst, die am Ende jede Intervention auf den realen gestalteten Raum zurückführt.

Einfache Zugänglichkeit und Teilnahme

Wie in den meisten Online-Gemeinschaften genügt auch in unserem Falle die schlichte Anmeldung und der Erwerb eines User-Namens zur Teilnahme. Keine Vorbedingung schränkt die Teilnahme ein, und kein Vetorecht verhindert die Umsetzung eines Vorschlags, der sich in der Auktion durchgesetzt hat. Einfache Vorschläge werden dabei vom Galeriepersonal realisiert. Für komplexe Veränderungen werden die Bieter zur Mithilfe eingeladen. In jedem Fall aber ist die durch uns unbeeinflussbare öffentliche Auktion das alleinige Kriterium, das über die weitere Entwicklung der Ausstellung entscheidet. Auf diese Weise bleibt für alle Teilnehmer klar, daß der von uns geschaffene „Kunstmarkt“ über das Schicksal der Exponate entscheidet; ein Markt freilich, dessen Mechanismen nicht nur transparent bleiben, sondern der zur Partizipation einlädt. Jeder Teilnehmer kann sich bei Beträgen weit unterhalb der üblichen Kunstmarktpreise (- im Berliner Fall zwischen zehn und achtzig Euro -) für das Artefakt einsetzen und über seine Gestalt bestimmen. Nicht nur die Aussage des ausgestellten Werks steht dabei zur Disposition, sondern auch die Rolle und das Engagement des Publikums.

Die experimentelle Umgehung des Kurators

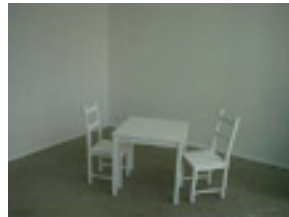
Kunst hat in den 80er und 90er Jahren oft Selbstkritik geübt, ja sich sogar als kritische Instanz zelebriert. Sie hat sich dabei häufig renitent gezeigt oder mit doppelbödigem Witz die Bedingungen des Kunstbetriebs reflektiert. Zugleich haben sich die Ausstellungsbedingungen geändert. Auch die widerstehlichste Kunst wurde heim in die Museen geholt. Das ist gut, denn irgendjemand muß die Kunst zeigen. Das ist aber auch sehr widersprüchlich, weil die Museen zugleich immer quotenabhängiger geworden sind. In Konkurrenz zu den übrigen Medien müssen sie auch die sprödeste Kunst inszenieren. Das Berufsbild, das dabei entstand, wird inzwischen an Akademien gelehrt: Der „Kurator“ ist der gewitzte Präsentationsexperte als Vormund der Kunst.

Reflexionen über Kunstvermittlung

Wir wollten diese Instanz aus dem Verhältnis zwischen Kunst und Publikum entfernen. Wenn die Kunst ökonomisch angepaßt werden muß, bevor sie genußfähig ist, wollten wir die Anpassung dem Endverbraucher überlassen. Er bestimmt selbst seine Ansprüche, und er zahlt auch dafür – nicht durch den Erwerb von Eintrittskarten, sondern zu dem am Markt ermittelten Preis für das künstlerische Konzept. Sollte eine Arbeit zu introvertiert und zurückhaltend erscheinen, sollte sie ihrem Standort fremd gegenüberstehen, sollte sie durch Ergänzungen begreiflicher oder provokativer werden - das Publikum hat es in der Hand, sie zu verändern. PWC ist dabei als offene Frage an die Öffentlichkeit konzipiert.

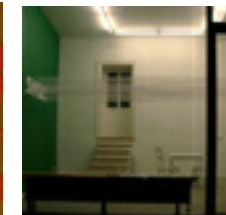
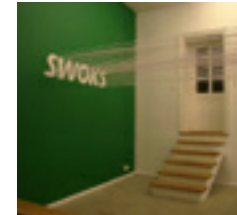
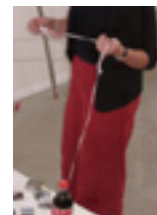
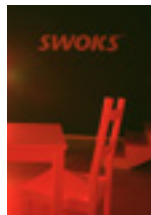
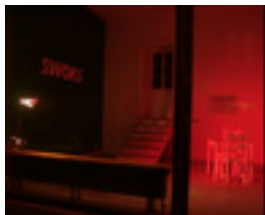
Da das Projekt von begrenzter Dauer ist und sich kontinuierlich verändert, ist es integraler Bestandteil des Konzepts, einen Katalog-Reader herzustellen, der alle Veränderungen durch das Publikum zeigt, die Künstler und Bieter vorstellt und Kommentare und Texte von Kritikern, Künstlern und Kuratoren zur Entwicklung des Projekts enthält. So bringt das Projekt ein dauerhaftes Dokument des öffentlichen Experiments hervor, das auch nach Ablauf des Projekts dem Publikum zugänglich gemacht werden kann und zur Verständigung zwischen Kunst und Öffentlichkeit dient. Außerdem bleibt die Online-Dokumentation auch nach Projektabschluß erhalten.

Dokumentation der Veränderungen im PWC
Adib Fricke: SWOKS



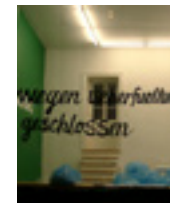
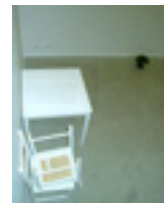
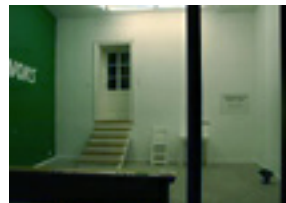
Ausgangssituation: Adib Fricke, SWOKS

Vierte Veränderung



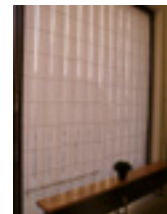
Erste Veränderung

Fünfte Veränderung



Zweite Veränderung

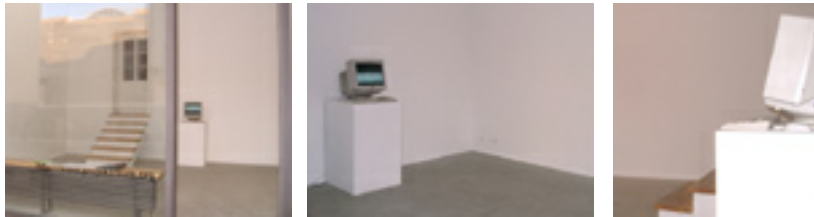
Sechste Veränderung



= 163.352.838.831.413

Dritte Veränderung

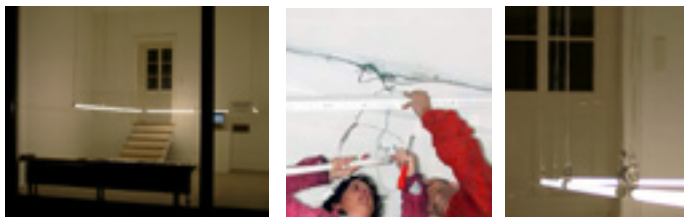
Dokumentation der Veränderungen im PWC
 Peter Friedl: Blow Job



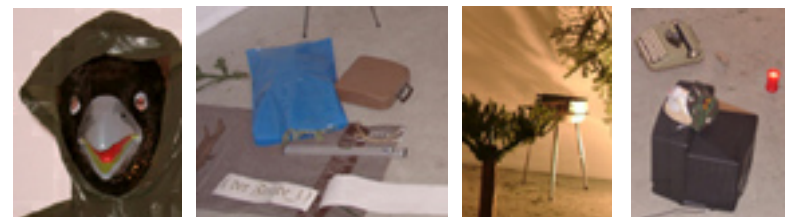
Ausgangssituation: Peter Friedl, Blow Job



Vierte Veränderung



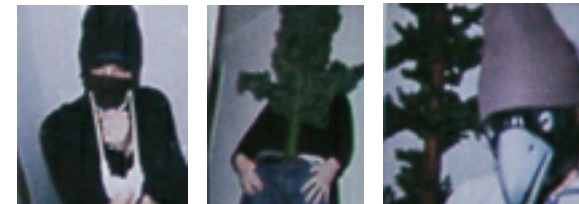
Erste Veränderung



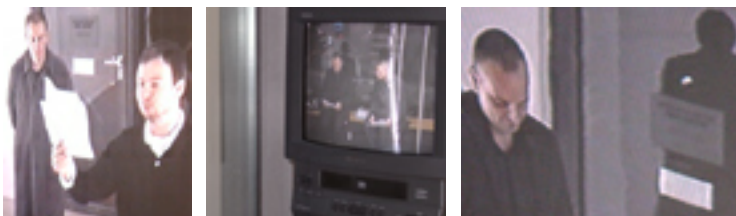
Fünfte Veränderung (Teil 1)



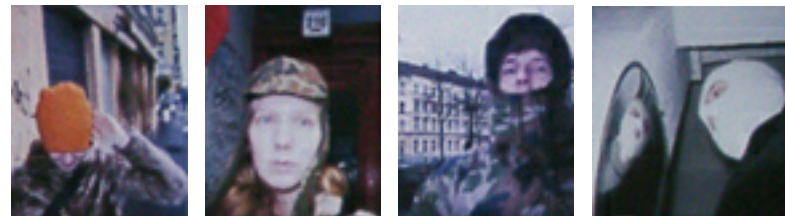
Zweite Veränderung



Fünfte Veränderung (Teil 2)

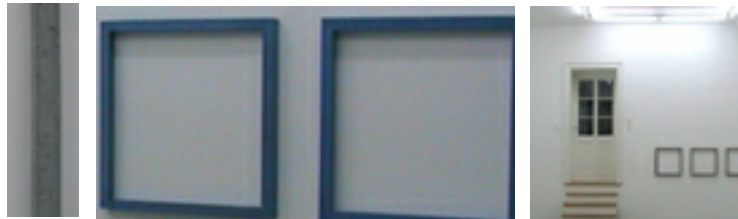


Blick in die Ausstellung „Blow Job“ von Peter Friedl nach Vollzug des dritten Veränderungsvorschlags aus dem Publikum, der die szenische Darstellung eines fünfzehnminütigen Auszugs aus Peter Friedls Textszenario „Blow Job“ gefordert hatte. Die Aufführung fand am Abend des 15. November statt.



Mit sieben Polaroids visualisierte der Gewinner der fünften Auktion die Charaktere aus Peter Friedls Textszenario „Blow Job“.

Dokumentation der Veränderungen im PWC-
Torsten Hattenkerl: o. T.



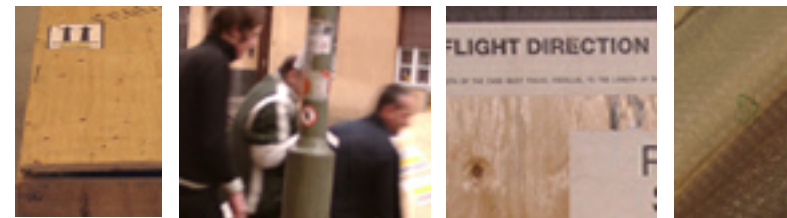
Ausgangssituation: Torsten Hattenkerl, o. T.



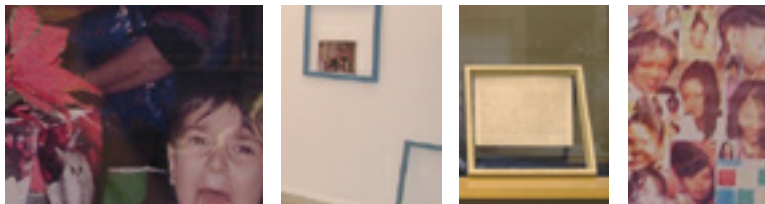
Vierte Veränderung



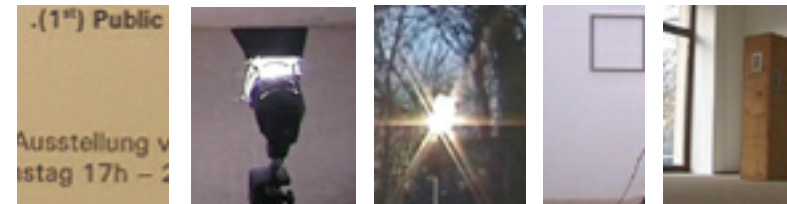
Erste Veränderung



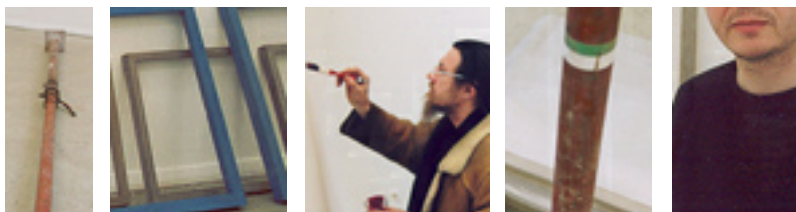
Fünfte Veränderung (Teil 1)



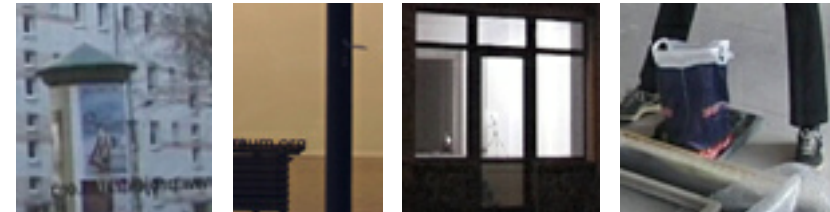
Zweite Veränderung



Fünfte Veränderung (Teil 2)



Dritte Veränderung



Nach der fünften und letzten Publikumsveränderung: Der PWC ist nun leer, nur ein Schild verweist auf den temporären „Clone“ der Ausstellung in Leipzig, wo einer der Rahmen für drei Tage in einem Ausstellungsraum des Bieters in der Arthur-Hoffmann-Straße zu sehen ist.

Impressum

Projektleitung

Joachim Blank, Gerrit Gohlke, Karl Heinz Jeron

Kontakt

Studio Blank & Jeron

Hobrechtstr 31

D- 12047 Berlin

tel. 030 532 10 141

mobil: 0170 212 76 73

Fax:

e-mail: info@publicwhitecube.com

